COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 28 février 2017

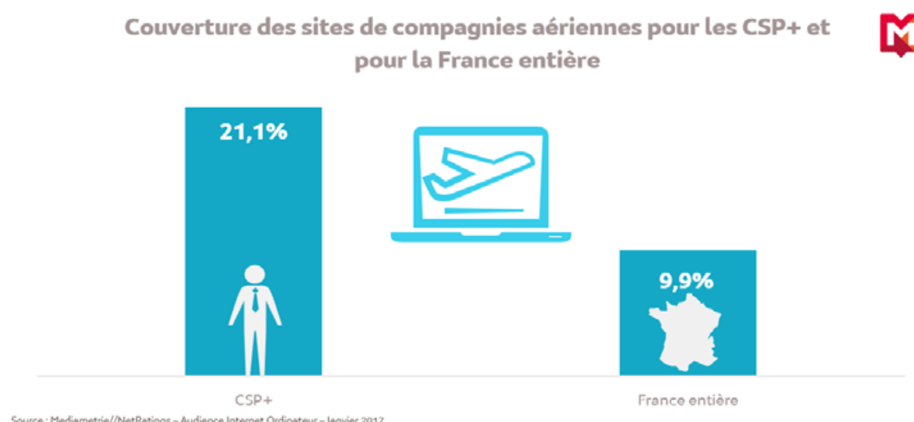
Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2017

6,2 millions de Français sur les sites des compagnies aériennes

En janvier 2017, 6,2 millions d'individus ont consulté au moins un site de la sous-catégorie « Compagnies aériennes », soit 9,9% de la population française, avec une hausse du nombre de visiteurs uniques de 12% en un an. C'est l'audience la plus forte pour ces sites depuis mars 2016.

Les CSP+ ont été particulièrement nombreux à visiter ces sites en janvier : ils étaient 2,8 millions sur les sites des compagnies aériennes sur ordinateur, soit 21,1% d'entre eux. Ils représentent près de la moitié de l'audience de cette sous-catégorie (46%), alors qu'ils ne composent qu'un quart de la population internaute (27,4%).



Au quotidien, 510 000 visiteurs uniques en moyenne consultent ces sites, avec une préférence pour les lundi et jeudi où l'on dénombre près de 600 000 internautes.

Avec une audience de 2,3 millions de visiteurs uniques, Air France est le site de la sous-catégorie le plus visité en janvier. Il est suivi à bonne distance par easyJet et Ryanair.com, avec respectivement 1,6 million et 620 000 visiteurs uniques.

Top 3 des sites de compagnies aériennes les plus visités en janvier 2017

Rang	Marques	Nombre de visiteurs uniques mensuels
1	Air France	**2 325 000**
2	easyJet	**1 662 000**
3	Ryanair.com	**617 000**

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Janvier 2017 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2017

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	42 642 000
2	Microsoft	36 132 000
3	Facebook	27 902 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	24 287 000
5	Orange	20 435 000
6	Webedia	20 173 000
7	Schibsted	19 362 000
8	Solocal Group	19 252 000
9	Amazon	17 088 000
10	Wikimedia Foundation	16 635 000
11	Groupe Lagardere	15 491 000
12	Prisma Media	15 108 000
13	WEB66	14 817 000
14	Iliad	14 448 000
15	Groupe Casino	14 382 000
16	Vivendi	14 193 000
17	La Poste	13 968 000
18	Groupe Le Monde	13 887 000
19	Groupe Credit Agricole	13 861 000
20	M6	13 717 000
21	Groupe Auchan	13 502 000
22	Yahoo	12 887 000
23	eBay	10 599 000
24	francetélévisions	10 423 000
25	Gouvernement Francais	10 253 000
26	auFeminin	9 879 000
27	Groupe Numericable - SFR	9 768 000
28	Next Radio TV	9 763 000
29	Altice Media Group	9 680 000
30	Ministere de l Education Nationale	9 608 000
31	Fnac	9 171 000
32	Carrefour	9 076 000
33	Association VideoLAN	8 852 000
34	Apple Computer	8 034 000
35	OTTO	7 948 000
36	Groupe TF1	7 913 000
37	SNCF France	7 866 000
38	Meteo France	7 676 000
39	La Redoute	7 569 000
40	Pole Emploi	7 502 000
41	Groupe Le Parisien	7 395 000
42	Assurance Maladie	7 305 000
43	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	7 245 000
44	Societe Generale	6 984 000
45	Kingfisher	6 960 000
46	Pinterest.com	6 859 000
47	Mondadori	6 792 000
48	Credit Mutuel	6 654 000
49	20 Minutes France	6 586 000
50	Twitter	6 331 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Janvier 2017 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2017

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	41 835 000	16 808 000
2	Facebook	27 661 000	8 777 000
3	YouTube	25 469 000	4 315 000
4	Microsoft	25 302 000	3 484 000
5	Leboncoin.fr - TS ACPM	19 362 000	2 800 000
6	Orange - T	19 260 000	5 434 000
7	Amazon	16 826 000	1 901 000
8	Windows Live	16 715 000	2 690 000
9	Wikipedia	16 357 000	1 735 000
10	PagesJaunes	14 036 000	1 094 000
11	Free	13 927 000	1 656 000
12	Cdiscount	13 158 000	1 135 000
13	Skype	12 461 000	3 676 000
14	Yahoo - T	11 734 000	2 558 000
15	MSN - T	10 737 000	2 258 000
16	Le Figaro - TS ACPM	10 721 000	947 000
17	Bing	10 707 000	1 782 000
18	Linternaute.com - TS	9 754 000	565 000
19	Outlook (Outlook.com)	9 693 000	2 484 000
20	Blogger	9 476 000	662 000
21	SFR	9 230 000	1 827 000
22	Fnac	9 152 000	680 000
23	Le Monde - TS ACPM	8 910 000	808 000
24	Videolan	8 852 000	1 191 000
25	Credit Agricole	8 596 000	1 495 000
26	CommentCaMarche - TS	8 418 000	483 000
27	LA POSTE	8 079 000	1 144 000
28	Apple	8 034 000	807 000
29	OverBlog	7 819 000	475 000
30	eBay	7 728 000	913 000
31	AlloCine - TS	7 676 000	554 000
31	Meteo France	7 676 000	850 000
33	La Redoute	7 569 000	569 000
34	Service-Public.fr	7 533 000	418 000
35	Pole Emploi	7 427 000	796 000
36	Le Parisien - TS ACPM	7 395 000	498 000
37	Assurance Maladie	7 300 000	565 000
38	Tele Loisirs - TS ACPM	7 297 000	1 061 000
39	Mappy	7 097 000	413 000
40	Marmiton - TS	6 944 000	404 000
41	Pinterest	6 859 000	574 000
42	BFM TV - TS ACPM	6 778 000	463 000
43	franceinfo - TS ACPM	6 769 000	537 000
44	20minutes.fr - TS ACPM	6 586 000	548 000
45	Le Journal des Femmes - TS	6 461 000	346 000
46	impots.gouv.fr	6 388 000	406 000
47	Voyages-Sncf.com	6 370 000	464 000
48	Twitter	6 309 000	680 000
49	OneDrive	6 157 000	528 000
50	vente-privee	6 049 000	798 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Janvier 2017 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d' octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr